

3. Давыдов Ю.В. Повышение энергоэффективности жилищного фонда / Ю.В. Давыдов // Коммунальный комплекс России, 2011. № 10. С. 18 – 20. [Электронный ресурс]. URL: http://www.skpoo.ru/news/povyshenie_energoeffektivnosti_zhilischnogo_fonda/ (дата обращения: 15.01.2017).
4. Терентьев Д.М. Повышение энергоэффективности зданий, строений и сооружений. Задачи Минстроя России / Д.М. Терентьев // Энергосбережение, 2015. № 3 [Электронный ресурс]. URL: https://www.abok.ru/for_spec/articles.php?nid=6112 (дата обращения: 12.01.2017).
5. Грачев Н. Энергосбережение, рост цен в ЖКХ и инновации / Н. Грачев [Электронный ресурс]. URL: <http://portal-energo.ru/articles/details/id/856> (дата обращения: 16.01.2017).
6. Инновационные технологии в сфере ЖКХ, строительства и энергосбережения – обмен опытом [Электронный ресурс]. URL: <http://lr.gkh-miks.ru/experience-exchange/978-innovacionnye-tehnologii-v-sfere-zhkh-stroitelstva-i-energoberezeniya-obmen-opytom.html> (дата обращения: 16.01.2017).
7. Программы для проектирования в BIM технологии [Электронный ресурс]. URL: <http://genpro.ru/bim-tehnologii> (дата обращения: 26.01.2017).

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ДЛЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ (НА ПРИМЕРЕ АО «МАРИИНСКАВТОДОР»)

К.С. Кужель

Научный руководитель – А.Н. Малюгин

Актуальность данной темы состоит в том, что работник сейчас тратит много времени на работу с бумажными документами, что замедляет его работу и снижает производительность⁴.

Основной деятельностью АО «Мариинскавтодор» является проектирование, строительство дорожных сооружений, содержание дорог, ремонт автомобильных дорог. Компания работает в следующих отраслях промышленности (в соответствии с классификатором ОКОНХ):

- Транспорт и связь
- Транспорт
- Сухопутный и трубопроводный транспорт
- Шосейный транспорт
- Шосейное хозяйство [1].

На данный момент предприятие расширяется. Следовательно, увеличивается и документооборот. В АО «Мариинскавтодор» происходит большое поступление, движение запасов и обработка документов по запасам.

Принятие запасов на склад происходит следующим образом

При поступлении материалов от поставщиков кладовщик проверяет соответствие фактического их количества данным сопроводительных документов

⁴ Статья написана по информации 2014-15 гг по АО «Мариинскавтодор».

поставщика. Если расхождений нет, то выписывается приходный ордер (форма № М-4) на все количество поступивших материальных ценностей в одном экземпляре.

Материалы поступают на предприятие и от подотчетных лиц. В этом случае подотчетное лицо передает материальные ценности, приобретенные за наличные денежные средства в магазинах, на рынке, у населения кладовщику, который приходит их, выписывая приходные ордера в общеустановленном порядке.

При поступлении каждому наименованию, сорту и марке материалов присваивают специальное обозначение — номенклатурный номер. На каждый номенклатурный номер материала открывается отдельная карточка. Карточки складского учета открываются в бухгалтерии. При этом заполняются реквизиты, предусмотренные в карточках: номер склада, полное наименование материальных ценностей, сорт, артикул, марка, размер, номенклатурный номер, единица измерения, учетная цена, год и другие реквизиты. После этого карточки передаются на склад.

На основании оформленных в установленном порядке и исполненных первичных документов (приходных ордеров, требований, накладных, товарно-транспортных накладных, других приходных и расходных документов) кладовщик делает записи в карточках складского учета с указанием даты совершения операции, наименования и номера документа и краткого содержания операции (от кого получено, кому отпущено, для какой цели).

В конце месяца в карточках выводятся итоги оборотов по приходу и расходу и остаток [2].

Поставщиками организации являются ОАО «Новосибирскавтодор», ИП Сорокин, ООО «Флагман», ООО «ГДК», ЗАО «Тяжинское ДРСУ», ООО «Промстройсервис», ООО «Строительная Техника и Материалы» другие.

Для усовершенствования управления запасами можно порекомендовать организации обратить внимание на последние разработки в области электронного документооборота.

Электронный документооборот (ЭДО) — совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства» [3].

Современные безбумажные технологии позволяют оптимизировать документооборот за счет унификации и стандартизации процессов работы с электронными документами и процессами взаимодействия персонала.

Система автоматизации документооборота должна обеспечивать выполнение следующих операций:

- разрабатывать шаблоны документов и устанавливать правила их заполнения пользователем;
- устанавливать маршрутные схемы прохождения документов;
- контролировать работу исполнителей и выполнение ими временных графиков;
- обеспечивать конфиденциальное хранение и обработку документов на рабочем месте;
- автоматизировать большую часть рутинных операций при составлении документов;
- отправлять и принимать документы;

На рис. 1 показана схема электронного документооборота.

С помощью такого приема автоматизируется управление местами хранения запасов, товарной номенклатурой, планирование работы склада, управление приемкой и размещением, комплектацией и отгрузкой, анализ работы складского комплекса

Главное преимущество электронного документооборота – это экономия рабочего времени. Рабочее время сотрудников это ресурс предприятия, а любой ресурс – это деньги. Правильное использование ресурсов – залог эффективного управления.

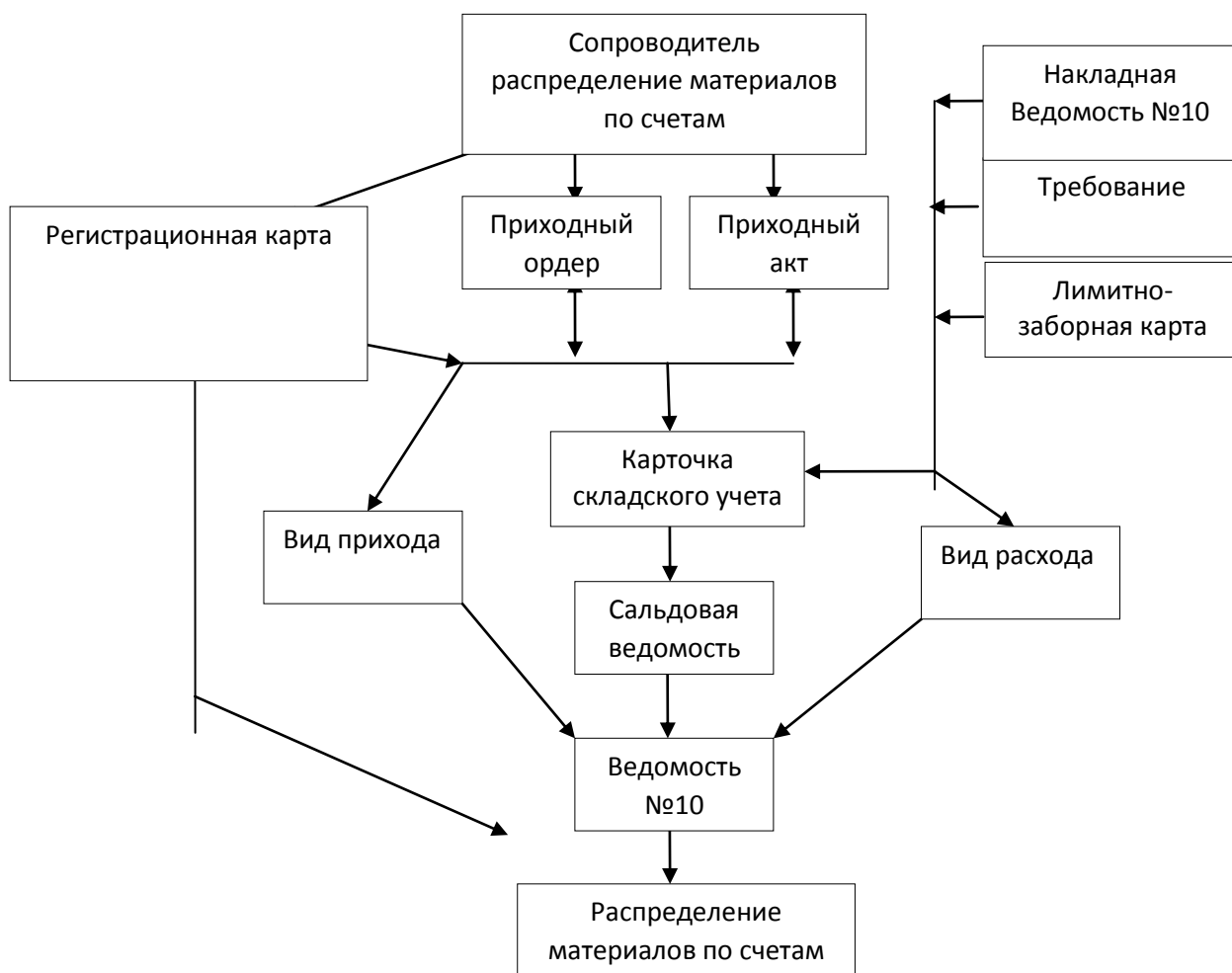


Рисунок 1 – Схема электронного документооборота

Существует возможность подсчета тех средств, которые могут быть переведены в реальную прибыль и потенциальные возможности для развития организации при внедрении электронного документооборота.

В 2015 г. численность работников составляет 110 человек, их среднемесячная заработная плата составляет 26691 тыс. руб. При работе с документами «по старинке» сотрудник в среднем затрачивает 30% рабочего времени:

$$110 \cdot 26691 \cdot 0,3 = 880,8 \text{ тыс. руб.}$$

При работе с документами в системе электронного документооборота сотрудник затрачивает около 10% рабочего времени:

$$110 \cdot 26691 \cdot 0,1 = 293,6 \text{ тыс. руб.}$$

Экономическая эффективность использования электронного документооборота в организации составит:

$$\mathcal{E} = 880803 - 293601 = 587,2 \text{ тыс. руб.}$$

Из расчетов следует, что внедрение электронного документооборота можно считать эффективным, так как 587,2 тыс. руб. высвобождается из валовых затрат и направляется в развитие предприятия.

Литература и источники:

1. Официальный сайт АО «Мариинскавтодор» [Электронный ресурс] UPL: <http://xn--80aagiraomnmnpjhs.xn--p1ai/>. Дата обращения: 3.12.2016г.)
2. Дородников, В. Н. Управление запасами на предприятии: Учеб. пособие - Новосибирск: НГАЭиУ, 2007. - 344 с.
3. Справочник Автор24 [Электронный ресурс] UPL: https://author24.ru/spravochniki/dokumentovedenie_i_arhivovedenie/elektronnyy_dokument_oborot/. Дата обращения: 3.12.2016г.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ООО «ПРОГРАНД»

А.О. Южикова

Научный руководитель – А.Н. Малюгин

Современная среда организаций характеризуется чрезвычайно высокой степенью сложности, динамизма и неопределенности. Способность приспосабливаться к изменениям во внешней среде – основное условие в бизнесе и других сферах жизнедеятельности. Более того, во всевозрастающем числе случаев – это условие выживания и развития. Для того чтобы определить стратегию поведения организации и провести эту стратегию в жизнь, руководство должно иметь углубленное представление как о внутренней среде организации, ее потенциале и тенденциях развития, так и о внешней среде, тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней организацией. Анализ внешней и внутренней среды организации является неотделимой частью разработки стратегического управления. При этом и внутренняя среда, и внешнее окружение изучаются стратегическим управлением в первую очередь для того, чтобы вскрыть те угрозы и возможности, которые организация должна учитывать при определении своих целей и при их достижении [3].

На сегодняшний день, чрезвычайно значимым является реализация такого управления, которое гарантирует приспособление организации к неустойчивой и видоизменяющейся окружающей среде, при этом задача целесообразного потребления потенциала в данной деятельности не снимается.

Стратегия занимается рассмотрением более долгосрочных организационных первопричин, целей, решений и действий. Все организации имеют необходимость в наличии ясного осознания первопричин собственного существования, главной цели существования, ключевых задач и (в более основательном облике) путей достижения своих целей и задач [1].

К основным видам маркетинговых стратегий относят: глобальные маркетинговые стратегии, базовые стратегии, стратегии роста, конкурентные и функциональные маркетинговые стратегии. Каждый из этих видов стратегий отражает направление маркетинговой деятельности, а выбор конкретной стратегии является результатом ответа на вопрос, который ставится в определенном аспекте: в каком направлении будет развиваться организация (глобальные стратегии), на каких конкурентных преимуществах